Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 18 / 25 864
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

# Schriftliche Anfrage

## des Abgeordneten Sebastian Czaja (FDP)

vom 07. Dezember 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 09. Dezember 2020)

zum Thema:
**Tourismusförderung während der Pandemie in Berlin**

und **Antwort** vom 16. Dezember 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 17. Dez. 2020)

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses sind bei der Kulturbuch-Verlag GmbH zu beziehen.
Hausanschrift: Sprosserweg 3, 12351 Berlin-Buckow · Postanschrift: Postfach 47 04 49, 12313 Berlin, Telefon: 6 61 84 84; Telefax: 6 61 78 28.

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Sebastian Czaja (FDP)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/25864
vom 7. Dezember 2020
über Tourismusförderung während der Pandemie in Berlin
---

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung:
Die Schriftliche Anfrage betrifft zum Teil Sachverhalte, die der Senat nicht in eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Wirtschaftsministerien der anderen Bundesländer um Stellungnahmen gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurden. Die Stellungnahmen wurden der Beantwortung zu Grunde gelegt.

1. Mit wie vielen Mitteln hat der Senat das Marketing für die Tourismusbranche in Berlin aufgrund der Pandemie im Vergleich zu den anderen Bundesländern in Relation zur Einwohnerzahl zusätzlich unterstützt? (Bitte aufgliedern nach Bundesland und Förderung)

Zu 1.: Das Land Berlin hat das Tourismusmarketing der Stadt coronabedingt mit zusätzlichen Fördermitteln in Höhe von 5.159.185 Euro unterstützt. In Relation zur Einwohnerzahl entspricht dies 1,41 Euro pro Einwohner/Einwohnerin. Im Vergleich mit den anderen Bundesländern befindet sich Berlin an oberer Stelle. Der Tabelle im Anhang sind die Rückmeldungen der Bundesländer zu den geleisteten Mehrausgaben für das Tourismusmarketing enthalten. Grundlage der Berechnung bildeten die im Jahr 2020 eingestellten Fördermittel mit jedoch unterschiedlichen Förderperioden (teilweise wurden die zusätzlichen Mittel nur für das Jahr 2020 bereitgestellt, in anderen Bundesländern dagegen für die nächsten ein bis zwei Jahre).

2. In welche Maßnahmen und Kampagnen wurden die oben genannten Mittel in Berlin genau und zu jeweils welchem Anteil investiert?

Zu 2.: In der folgenden Tabelle sind Fördermittel für Maßnahmen zur Unterstützung des Hochfahrens des Tourismus in Berlin in 2020 aufgeführt, die von der Senatsverwaltung von Wirtschaft, Energie und Betriebe gewährt wurden.

| | |
|---|---|
| Berlin Tourismus & Kongress GmbH (BTK) | 4.470.985 € |
| „Place2be.Berlin“, ein Projekt der SIEGESSÄULE zur Förderung des LGBTQI* Tourismus in Berlin | 206.200 € |
| Weihnachtsbeleuchtung Unter den Linden / Friedrichstraße und Kurfürstendamm | 482.000 € |

Aus den Zuwendungsmitteln der BTK werden u.a. die Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen „Erlebe Deine Stadt“ (Sommer- und Herbstspezial), die Sensibilisierungs-Initiative, die MICE-Kampagne sowie die Tourismuskampagne in Deutschland und Europa (Slogan „Berlin. Auch das.“) gefördert.

3. Aus welchen Mitteln und mit wie vielen Mitteln wurde die Sensibilisierungskampagne #BerlinGegenCorona finanziert?

4. Aus welchem Posten wurden die 492.000 Euro für den Brief vom 16. November 2020 des Regierenden Bürgermeisters Michael Müller an alle Berlinerinnen und Berliner finanziert?

Zu 3. und 4.: Die Kampagne #BerlinGegenCorona sowie beide Postwurfsendungen an alle Berliner Haushalte wurden aus Mitteln der Senatskanzlei (Einzelplan 03) finanziert. Pandemiebedingt konnten Veranstaltungen und Projekte nicht wie geplant durchgeführt werden, so dass frei werdende Mittel für die Kampagne sowie für die Postwurfsendungen verwendet wurden. Für die Kampagne sind Kosten in Höhe von 806.208 Euro entstanden.

Berlin, den 16. Dezember 2020

In Vertretung

Christian R i c k e r t s
.....
Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

**Anlage:**

In der folgenden Tabelle sind die coronabedingten zusätzlichen Mittel für die Tourismusbranche aufgeführt, welche von den Wirtschaftsministerien der Bundesländer zugeliefert wurden. Eine Abgrenzung der zusätzlichen Mittel für das Marketing für die Tourismusbranche zu anderen Bereichen wie Destinationsmanagement, Veranstaltungsbranche u.ä. ist nicht immer trennscharf möglich.

| **Bundesland** | **Zusätzliche Tourismusmarketing-Mittel 2020** | **Relation zur Einwohnerzahl*** |
|---|---|---|
| Berlin | 5.159.185 Euro | 1,41 Euro je Einwohner:in |
| Hamburg | 2,2 Mio. Euro (bis 2022) | 1,16 Euro je Einwohner:in |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1,165 Mio. Euro (bis Ende März 2021) | 0,72 Euro je Einwohner:in |
| Sachsen | 1,1 Mio. Euro | 0,27 Euro je Einwohner:in |
| Thüringen | 500.000 Euro | 0,23 Euro je Einwohner:in |
| Brandenburg | 400.000 Euro (bis 2021) | 0,16 Euro je Einwohner:in |
| Baden-Württemberg | 850.000 Euro | 0,08 Euro je Einwohner:in |
| Hessen | ca. 500.000 Euro | 0,08 Euro je Einwohner:in |
| Nordrhein-Westfalen | ca. 1,3 Mio. Euro | 0,07 Euro je Einwohner:in |
| Sachsen-Anhalt | 100.000 Euro | 0,05 Euro je Einwohner:in |
| Bayern | 0 Euro | 0,00 Euro je Einwohner:in |
| Schleswig-Holstein | 0 Euro | 0,00 Euro je Einwohner:in |

*Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2019